

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Era globalisasi ini, pada dunia perdagangan atau wirausaha saat ini terjadi persaingan di dalam memasarkan produk atau jasa. Kegiatan pemasaran memiliki peran yang sangat penting, mengingat dampak yang sangat besar terhadap masyarakat (konsumen). Keadaan dunia usaha berubah dinamis seiring dengan perubahan selera konsumen dan perubahan yang terjadi pada lingkungan sekitarnya. Kebutuhan konsumen yang meningkat bisa menjadi peluang bisnis bagi pelaku usaha, hal tersebut menjadi dasar pemikiran para pelaku usaha untuk memenuhi kebutuhan konsumen sehingga tidak berpaling ke pesaing meskipun terjadi perubahan.

Menurut Kompas.com (2016), perkembangan bisnis ritel di Indonesia pada tahun 2016 mengalami perkembangan yang pesat, seperti yang disampaikan oleh Asosiasi Pengusaha Ritel Indonesia (APRINDO) bahwa pertumbuhan industri di Indonesia mengalami kenaikan sebesar 10% pada tahun 2016 dibanding pada tahun 2015 yang hanya 8%. Julianto (2016). Hal demikian tidak lepas dari meningkatnya kebutuhan manusia sehingga bisa menjadi peluang yang besar bagi para pengusaha, salah satu solusinya adalah dengan *convenience store* sebagai pemenuh kebutuhan sehari-hari.

Terdapat kriteria tersendiri dari setiap konsumen dalam menetapkan keputusan pembelian. Hal yang diinginkan konsumen terhadap suatu pelaku bisnis yang ada adalah Suasana Toko yang nyaman, keamanan berbelanja,

tempat parkir, lingkungan ekspansi dan lain-lain. Adanya perbedaan kriteria dari perilaku konsumen tersebut, maka pelaku bisnis dituntut untuk selalu berusaha memberikan hal tersebut sehingga mampu membangun keyakinan konsumen untuk mengambil keputusan pembelian.

Sering kita temui bahwa *convenience store* sudah sangat banyak ditemui seperti Toko Indomart, Toko Alfamart, Toko Syauqi, Toko Barokah, dan lain – lain yang bergerak di bidang *convenience store* di kabupaten Lamongan. Toko Fanani salah satu toko di kabupaten Lamongan yang bergerak di bidang *convenience store* dituntut untuk memberikan kenyamanan dalam berbelanja, keamanan, lingkungan yang baik, tempat parkir yang layak dan aman, dsb, karena dengan hal tersebut maka konsumen akan yakin untuk membeli di toko tersebut. Hal ini sesuai dengan harapan dari Toko Fanani yaitu menjadi pelaku bisnis yang terkemuka.

Ketatnya persaingan dalam dunia bisnis ritel menuntut pelaku bisnis tidak hanya dapat memenuhi kebutuhan konsumen saja, tetapi yang diinginkan konsumen adalah Lokasi Toko yang mudah dijangkau dan aman dalam berbelanja. Berbagai cara akan dilakukan oleh pelaku bisnis agar konsumen tertarik untuk melakukan pembelian produk.

Setiap pelaku bisnis ritel berusaha menawarkan produk dan jasa yang berkualitas kepada para konsumennya. Adapun data penjualan selama tiga tahun terakhir di bisnis Toko Fanani dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 1.1
Data Penjualan Toko Fanani tahun 2014-2016

Bulan	Tahun		
	2014	2015	2016
Januari	25,947,000	22,078,000	20,576,000
Februari	31,906,000	24,161,000	22,099,000
Maret	27,576,000	23,435,000	21,239,000
April	36,205,000	25,022,000	22,542,000
Mei	31,158,000	26,334,000	21,637,000
Juni	26,798,000	25,550,000	22,342,000
Juli	31,244,000	26,600,000	23,258,000
Agustus	49,890,000	36,734,000	31,375,000
September	67,852,000	65,253,000	62,210,000
Oktober	28,352,000	25,344,000	22,525,000
November	38,590,000	36,450,000	33,934,000
Desember	44,465,000	36,780,000	32,346,000
Total	439,983,000	373,741,000	336,083,000
Penurunan Penjualan		15 %	10 %

Sumber : Toko Fanani 2017

Dari tabel 1.1 terlihat bahwa intensitas pembelian di Toko Fanani dari tahun 2014 ke 2015 mengalami penurunan, dan dari tahun 2015 ke 2016 juga mengalami penurunan kembali. Menurut pemilik Toko Fanani yang telah diwawancarai menyatakan bahwa hal itu dikarenakan faktor *atomosphere store* khususnya pada pencahayaan dan penataan produk yang tidak baik dan Lokasi Toko yang kurang strategis sehingga mempersulit konsumen untuk melihat toko tersebut, begitupun dengan beberapa konsumen yang telah diwawancarai menyatakan bahwa berbelanja di Toko Fanani terbilang kurang baik karena tidak memberikan Suasana Toko yang terang, bersih dan banyak produk yang tidak tertata rapi sehingga konsumen tidak bisa melihat produknya dengan jelas dan Lokasi Toko pun kurang strategis.

Hal ini bukan merupakan sesuatu yang diinginkan bagi pihak Toko Fanani itu sendiri, jika dibiarkan kemungkinan Toko Fanani tidak dapat

mempertahankan eksistensi dan kalah dalam persaingan di tengah banyaknya pelaku bisnis ritel di Indonesia pada umumnya dan di daerah Lamongan pada khususnya. Toko Fanani harus melakukan strategi pemasaran yang tepat dalam mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian agar mampu bersaing dan mempertahankan eksistensinya.

Keputusan pembelian adalah tahapan di mana pembeli telah menentukan pilihannya dan melakukan pembelian produk, serta mengkonsumsinya (Suharno, 2010). Keputusan pembelian yang dilakukan oleh seorang konsumen dilakukan atas dasar keinginan dan kebutuhannya terhadap suatu produk. Hal tersebut tentu akan terlihat dari unsur-unsur produk yang dipandang penting oleh konsumen dan dijadikan dasar pengambilan keputusan.

Tuntutan terhadap Lokasi Toko menjadi salah satu strategi pelaku bisnis untuk membangun perilaku konsumen dan membentuk suatu keputusan pembelian. Tjiptono (2002) menjelaskan bahwa di dalam pemilihan Lokasi Toko diperlukan pertimbangan-pertimbangan yang cermat meliputi kemudahan (*Acces*) atau kemudahan untuk dijangkau dengan sarana transportasi umum, (*Visibilitas*) yang baik yaitu keberadaan Lokasi Toko yang dapat dilihat dengan jelas, Lokasi Toko berada pada lalu lintas (*Traffic*) atau berada pada daerah yang banyak orang berlalu lalang yang dapat memberikan peluang terjadinya keputusan pembelian, lingkungan sekitar mendukung barang dan jasa yang di tawar kadang jauh dari Lokasi Toko pesaing.

Lokasi Toko menjadi sangat penting bagi konsumen karena pengaruh tempat, keamanan toko akan menjadi pedoman untuk mengukur kesesuaian

konsumen yang diterima dengan pengorbanan yang telah diberikan baik berupa uang maupun pengorbanan tertentu. Konsumen juga akan menjadikan Lokasi Toko sebagai salah satu standar untuk pengambilan keputusan. Menurut Zhafira (2013) Lokasi Toko berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Lokasi Toko sangat penting dalam membangun keputusan pembelian, disisi lain tentunya juga didukung dengan Suasana Toko. Suasana Toko menjadi salah satu yang harus dipenuhi oleh perusahaan, kalau tidak menginginkan konsumen yang telah dimilikinya beralih toko pesaing lainnya yang dianggap memiliki Suasana Toko yang lebih baik. *Atmosphere* adalah desain sebuah lingkungan atau suasana yang menstimulasi panca indera. Biasanya *retailer* menstimulasi persepsi dan emosional konsumen melalui pencahayaan, warna, musik, dan aroma (Levy & Witz, 2012).

Hubungan antara Suasana Toko dan perilaku konsumen dalam melakukan keputusan pembelian mempunyai dampak yang erat dalam kelangsungan pembelian suatu barang. Konsumen menginginkan Suasana Toko yang nyaman sesuai keinginannya atau kebutuhannya, semakin nyaman Suasana Toko, maka semakin tinggi keputusan konsumen untuk melakukan pembelian. Menurut Angelien, *at. al* (2016) dalam penelitiannya mengatakan bahwa Suasana Toko berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Berdasarkan penjelasan di atas, maka penulis melakukan penelitian lebih lanjut dengan mengangkat judul “Pengaruh Lokasi Toko dan Suasana Toko Terhadap Keputusan Pembelian pada Toko Fanani”

B. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang yang telah disampaikan di atas bahwa Lokasi Toko dan Suasana Toko mengalami permasalahan dalam keputusan pembelian. Konsumen toko Fanani tidak hanya menginginkan kepuasan terhadap penjualan, akan tetapi juga menginginkan baiknya dalam hal suasana toko dan Lokasi Toko yang bersaing. Maka rumusan masalah yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah Lokasi Toko berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Toko Fanani ?
2. Apakah Suasana Toko berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Toko Fanani ?
3. Variabel mana yang memiliki kontribusi terbesar terhadap keputusan pembelian di Toko Fanani ?

C. TUJUAN

Tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah:

1. Untuk menguji pengaruh Lokasi Toko terhadap keputusan pembelian di Toko Fanani.
2. Untuk menguji pengaruh Suasana Toko terhadap keputusan pembelian di Toko Fanani.
3. Untuk menguji variabel yang memiliki kontribusi terbesar terhadap keputusan pembelian di Toko Fanani.

D. MANFAAT PENELITIAN

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber informasi antara lain:

1. Bagi Peneliti Selanjutnya.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi pengetahuan akademik dan dapat dijadikan sebagai landasan acuan dalam penelitian bidang manajemen pemasaran khususnya Lokasi Toko dan Suasana Toko terhadap keputusan pembelian.

2. Bagi Perusahaan.

Penelitian dapat berguna sebagai bahan masukan dan pertimbangan strategi kepada pemilik bisnis Toko Fanani dalam menjaga kualitas produk dan harga yang konsisten, sehingga dapat membangun harapan yang positif.